

Dr. Doebelin
Gesellschaft für
Wirtschaftskommunikation mbH

Studienprospekt

**Die Kommunikationswirkung
von Verbänden
bei Wirtschaftsjournalisten**

Ergebnisse einer Umfrage

2006

90562 Heroldsberg
Großgeschaidt 179

Telefon 09126-84 33
Fax 09126-80 05
doeblin@wp-online.de
www.wp-online.de

© 2006 Dr. Doebelin Gesellschaft
für Wirtschaftskommunikation mbH

Warum unsere Studie Ihr Interesse finden sollte

Verbände benötigen die regelmäßige Evaluierung ihrer Pressearbeit. Dazu besonders berufen sind Wirtschaftsjournalisten, die als Meinungsmultiplikatoren die Anliegen der Verbände an die Öffentlichkeit weiterleiten. Seit 1987 untersucht unser Institut die Wirkung der Pressearbeit von Verbänden/Institutionen/Gewerkschaften bei Wirtschaftsjournalisten. Die Ergebnisse unserer aktuellen Umfrage des Jahres 2006 geben Verbänden wieder wichtige Impulse für die Feinsteuerung ihrer Pressearbeit.

Die Themen unserer Studie

A. Imageprofile ausgesuchter Verbände/Institutionen/Gewerkschaften

- Aufmerksamkeitswirkung und Professionalität der Pressearbeit
- Politische Durchsetzungsfähigkeit
- Nützlichkeit von Informationsangeboten im World Wide Web

Ergebnisdarstellung für

Unternehmensverbände

Bundesverband der Deutschen
Industrie (BDI)

Bundesverband der Deutschen Volks-
banken u. Raiffeisenbanken (BVR)

Bundesverband deutscher
Banken (BdB)

Bundesvereinigung der Deutschen
Arbeitgeberverbände (BDA)

Deutscher Industrie- und
Handelskammertag (DIHK)

Deutscher Sparkassen- und
Giroverband (DSGV)

Gesamtmetall

Gesamtverband der Deutschen
Versicherungswirtschaft (GDV)

Gesamtverband der deutschen Textil-
und Modeindustrie

Hauptverband der Deutschen
Bauindustrie (HDB)

Verband der Automobilindustrie (VDA)

Verband der Chemischen Industrie (VCI)

Verband Deutscher Maschinen- und
Anlagenbau (VDMA)

ZV d. Dt. Elektro- und Informations-
technischen Handwerke (ZVEH)

Zentralverband Elektrotechnik-
und Elektronikindustrie (ZVEI)

Gewerkschaften

Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB)

Gewerkschaft Nahrung-Genuss-
Gaststätten NGG

IG Bergbau, Chemie, Energie

IG Metall

Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
ver.di

Sozial- und Verbraucherschutz-Verbände

ADAC

Bund der Steuerzahler

Deutscher Mieterbund

Sozialverband VdK

Berufsverbände

Berufsverband der Fr. Berufe (BFB)

Hartmannbund – Verband der
Ärzte Deutschlands

Verein Deutscher Ingenieure (VDI)

B. Fragen zum Umfeld der Pressearbeit

Rahmenbedingungen der journalistischen Arbeit

Zeitaufwand für Recherche im World Wide Web, Lesen und Verfassen von E-Mail

Nutzung von neuen Entwicklungen beim Internet

Bei welchen Aspekten gibt es häufig Probleme in der Pressearbeit?

An welchem Wochentag erhalten die Wirtschaftsjournalisten regelmäßig die meisten Presemitteilungen?

An welchem Wochentag finden regelmäßig die meisten Pressegespräche statt?

Informationsstand und Informationsbedürfnisse der Wirtschaftsjournalisten

Worüber erhalten die Wirtschaftsjournalisten recht viele Informationen?

Wofür interessieren sie sich ziemlich stark?

Untersuchte Bereiche:

- *Wettbewerbsbedingungen in der Telekommunikation*
- *Nachwachsende Rohstoffe/Biotechnologie*
- *Handel mit Emissionszertifikaten*
- *Marken- und Produktpiraterie*
- *Antidiskriminierungsgesetz*
- *Unternehmenssteuerreform*
- *Corporate Governance*
- *Corporate Social Responsibility*
- *Verkehr der Zukunft*
- *Senkung des Kraftstoffverbrauchs*
- *Preispolitik der Mineralölkonzerne bei Benzin*
- *Volkswirtschaftliche Bedeutung der Automobilindustrie*
- *Steuer auf Biokraftstoffe*
- *Private Altersvorsorge*
- *Drei-Säulen-System der deutschen Bankenlandschaft*
- *Geplante Änderungen im Versicherungsrecht*
- *Konditionen beim Bausparen und -finanzieren*
- *Die Lage der „Offenen Immobilienfonds“*
- *Strategische Ziele von Finanzinstituten*

Einstellungen der Wirtschaftsjournalisten

- *Verbandsrepräsentanten als Bundestagsabgeordnete*
- *Transparenz von Unternehmensführungen*
- *Verschiebung der Mehrwertsteuer-Erhöhung*
- *Rahmenbedingungen für Biotechnologie*
- *Restlaufzeit von Kernkraftwerken*
- *Rating Deutschlands in der Telekommunikation und bei Internet-Dienstleistungen*
- *sowie weitere Themen aus den Branchen Auto/Mineralöl und Finanzen*

Allgemeine Positionsbestimmungen

Einschätzung der Wirtschaftskompetenz der Bundesregierung, wichtiger Parteien sowie von Verbänden und Gewerkschaften.

Technische Daten der Umfrage:

Zielgruppe:	Wirtschaftsjournalisten von Tages- und Wochenzeitungen, Wirtschaftsmagazinen, Fachzeitschriften, Presseagenturen, Funk- und Fernsehredaktionen
Stichprobengröße:	308
Zeitraum der Befragung:	7. Juni bis 3. Juli 2006
Erhebungsform:	Schriftliche Umfrage
Preis:	EUR 380,-- zuzüglich der gesetzlichen MWSt. von z. Zt. 16 %

Leistungen:

Lieferung eines Management-Reports mit Auswertung aller Fragen nach:

- Alle Befragten
- Berufserfahrung (2)
- Medientyp (3)
- Position (3)
- Verbreitungsgebiet (4)
- Internet-Nutzung (4)
- Zuständigkeit in Redaktion (3)
- Branchen, über die der Journalist häufig berichtet (13)
- Weibl. Journalist

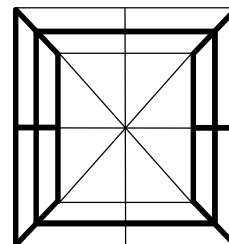
(In Klammern: Zahl der Analysegruppen)

mit Kommentaren, Tabellen und grafischen Darstellungen.

Zurück an:
Fax 09126-8005

**Dr. Doeblin Gesellschaft für
Wirtschaftskommunikation mbH
Großgeschaidt 179**

90562 Heroldsberg



Bestellung

() ***„Die Kommunikationswirkung von Verbänden
bei Wirtschaftsjournalisten/2006“***

zum Preis von EUR 380,-- zuzüglich 16 % Mehrwertsteuer

Name, Vorname:	
Verband/Gewerkschaft/Institution:	
Abteilung:	
Straße/Postfach:	
PLZ/Ort:	
Telefon:	Fax:
E-Mail:	
Datum/Unterschrift:	